



Jaime Borrás
Asesor EAFI
y autor de
«No te fíes
de nadie»

SOMOS DEMASIADO CÓMODOS A LA HORA DE INVERTIR

Este asesor independiente (EAFI) desgana en su último libro los caminos ante los que se encuentran los inversores para rentabilizar su dinero; llama la atención sobre los peligros que existen; y propone una actitud transparente para moverse en el mercado.

José M. Camarero



Un niño con una maleta repleta de dinero, al que su madre deja en mitad de una ciudad ante todo tipo de barrios (seguros, arriesgados, demasiado extensos...) que debe atravesar con sus bienes a salvo. Ésa es la metáfora en la que se basa el asesor independiente Jaime Borrás en su último libro («No te fíes de nadie», Ediciones Urano) para explicar al inversor de forma práctica el complejo panorama que existe en la gestión del patrimonio, después de que muchas inversiones de los últimos años hayan resultado frustrantes para los ciudadanos que accedieron a ellas.

¿Somos un país financieramente inculto?
Más bien somos un país cómodo. El español tiende a preocuparse poco. No le dedica un tiempo a analizar lo que tiene entre sus manos. Le dicen algo, lo

da por bueno y no se plantea los riesgos que pueda correr. Pero, en realidad, las inversiones hay que estudiarlas y ver los pros y los contras. No es que seamos incultos, es que no se plantea un análisis sosegado de las inversiones.

En su libro se habla de «barrios seguros», como la renta fija. Pero incluso esta inversión también es peligrosa...

Digo que son barrios seguros, pero caros. Actualmente, el activo sin riesgo es el bono alemán, y está en negativo: pagas por no tener riesgo. Por tanto, es seguro, pero te sale caro.

¿El inversor prefiere asumir riesgos u opta por la tranquilidad?

El inversor es ambicioso. Quiere ganar un 10 por ciento, pero sin arriesgar. Y eso es imposible. Es lo que intento explicar

en el libro. Hablo mucho de riesgo porque es importante conocer cuáles son los que se asumen ante una inversión. Quienes quieren un 10 por ciento sin riesgos es que realmente no los quieren ver. Por eso es tan importante la labor del asesoramiento.

Menciona a los «atracadores» de las salidas a bolsa. Pero la gente sigue cayendo en estas operaciones...

El último ejemplo lo tenemos con la salida a bolsa de Facebook. Es lo mismo que quien se compra un reloj o un pantalón: te lo venden como un producto de consumo y no como una inversión. Decir «Yo soy accionista de Facebook» te da un toque personal. Pero has comprado algo que no es una operación financiera. En el caso de Facebook, si la empresa tenía una tesorería de 3.000 millones de dólares, ¿para qué necesitaba salir a bolsa?

¿Los inversores se dejan llevar por la amplia red de oficinas de la banca?

Las entidades se limitan, simplemente, a vender. Una de la fuerza de los bancos comerciales es precisamente su red, porque pueden comercializar sus productos con mucha facilidad. Pero creo que el cliente compra lo que quiere comprar y escucha lo que quiere escuchar. Si un activo sin riesgo, como el bono alemán, te lo ofrecen en negativo en un sitio, y en otro lugar te dan un siete por ciento por ese mismo producto con «poco» riesgo... todo depende de lo que cada persona considere como «poco riesgo», porque hay claras diferencias.

En su ciudad virtual, define a las EAFI como los taxistas que guían. Pero, como en la vida real, también hay intrusos...

Si alguien te dice lo que necesitas, sin conocerte antes, no te debes fiar. Lo primero que debes saber es que la información de calidad es de pago. Pero no hay una cultura de pagar por un asesoramiento. Además, nadie puede emitir un consejo sin tener un conocimiento completo de la realidad financiera del cliente. No hay productos buenos o malos, sino productos para ciertas personas.

Al tratar con un asesor, ¿debe existir un lenguaje más claro?

Parte de mi labor es la de traductor. Hay gente que no sabe nada del producto financiero que le están vendiendo, sólo conoce el «me han dicho que es muy bueno». Pero el «boca a boca» es perjudicial, porque muchos inversores no saben lo que están comprando. Hay personas que se obcecán en algo y no ven mucho más allá.